



Edith Zitz as low can you go. Gestern hätt ich fast bei euch vorbeigeschaut. Das wars jetzt. LENDWIRBEL 2016?

Gefällt mir · Antworten · Gestern um 09:07



Klaus Peinhaupt Hmm, wie schaut man denn fast vorbei? Haben Sie das Buch gelesen, oder sind sie literarisch uninteressiert? Dann verstehe ich Ihren Kommentar.

Gefällt mir nicht mehr · Antworten · 2 · 4 Std.



Wolfgang Gulis Klaus Peinhaupt das ist ganz leicht, man will hingehen und sieht das Plakat und denkt sich, was ist denn das? Und dann dreht man um und geht nicht hinein. Was ist daran nicht zu verstehen? Da brauch ich das Buch gar nicht kennen, es reichen die Klischees, mit denen hier gearbeitet wird und die hier strapaziert werden, voll und ganz. Dass so eine Aufmachung beim Lendwirbel 16 Platz hat, wundert mich ehrlich gesagt. Denn da war von Gleichberechtigung, Menschenrechten, gegen Ausbeutung und Unterdrückung, für friedliches Zusammenleben und Humanität immer die Rede?

Gefällt mir · Antworten · 1 Std.



Klaus Strohmeier Ich liebe den Lendwirbel und gehe sehr gerne in die Bierboutique!

Euer weltanschauliches Geschwurbel passt hier nicht hin...Nachtlokale und Rotlicht sind auch typisch für Lend...und darüber gibt's ein Buch! Und passend zum Buch ein kultiges Bier!

Gefällt mir · Antworten · 39 Min



Fredl Fredsch Sehr geehrter Herr Gulis! Sie haben recht, die Aufmachung provoziert. Dass Ihnen allerdings die bemühten Klischees schon reichen, um sich ohne weitere Beschäftigung mit dem Thema zu wundern und zu urteilen, spricht für sich. ▼

Noch vor wenigen Tagen haben die Lendwirbel-Organisatoren festgestellt, dass es ihnen wichtig ist, nichts vorzugeben und nicht einzuschränken. So bedeutend die von Ihnen angeführten Themen auch sind ("Gleichberechtigung, Menschenrechte, gegen Ausbeutung und Unterdrückung, für friedliches Zusammenleben und Humanität"), es gibt für niemanden eine Verpflichtung diese zum Anlass des Lendwirbels aufzugreifen.

Die mit dem von Ihnen angesprochenen Plakat beworbene Geschichte "Fredsch", ist Teil der Geschichte des Bezirks Lend und mit dem Lendplatz eng verbunden. ... und ja, Fredsch polarisiert, provoziert und regt so manchen auf.

So wie Sie die Freiheit haben, sich für die von Ihnen oben angeführten Themen zu engagieren, sei es anderen mit dem Lend verbundenen Menschen gestattet, ihr eigenes Thema zu wählen. Wenn Sie auch leben, wovon sie sprechen, sollte Ihnen das verständlich sein.



Fredsch

26. April um 11:56 · 🌐

Liebe Leute, eine an einer Stange tanzende Comic-Figur lässt die Wogen hochgehen. Das Sujet für Plakat und Bieretikett ist innerhalb von 24h bei Frau Ina Mastnak - einer It. Internet-Recherche Feministin, die sich u.a. für mehr weibliche Straßennamen einsetzt - gelandet. Sie kann schon vorab sagen, dass sie das Sujet als definitiv sexistisch einstuft.

Eine junge Frau, die sich vor wenigen Tagen in der Grazer Innenstadt einer Vergewaltigung widersetzte und von ihrem Angreifer mit dem Kopf mehrfach gegen die Gehsteigkante geschlagen wurde, hat deutlich weniger Aufmerksamkeit erregt, was ich befremdlich finde.

Wie auch immer, vielleicht habe ich diesbezüglich ja eine Art blinden Fleck und schätze die Situation völlig falsch ein. Ich würde mich über Euer geschätztes Feedback zum Thema freuen!

P.S.: Die gesamte facebook-Kommunikation findet Ihr auf der facebook-Bierboutique Seite.

www.fredsch.at



Brigitte Hinteregger Lendwirbel ist und war eine wichtige/sehr wichtige Zeit in Graz. Eine Zeit, wo Engagement sichtbar wird. Aber, was soll diese Werbung - an Geschmacklosigkeit ist nicht mehr viel zu übertreffen.

Sich sexistischer/frauenfeindlicher Plakate und Slogans zu bedienen passt nicht zum Rahmen der Veranstaltung **Lendwirbel** und zeigt Ihre Ignoranz zum Themenkomplex Frauenrechte!

Eine Empfehlung, die ich Ihnen gerne mitgeben möchte: angebracht ist eine **ENTSCULDIGUNG** für solch ein Plakat. Frauenfeindliche, diskriminierende und abwertende Werbung - und strukturelle Gewalt sollen 2016 reduziert werden! Dieses Plakat ist für mich ein no go!
Ina Mastnak - kannst du bitte hier prüfen und eine Empfehlung abgeben.

Gefällt mir · Antworten · 👍 2 · 42 Min



Ina Mastnak Danke für die Info, Brigitte. Werde es asap bewerten, kann aber schon vorab sagen, dass dieses Sujet definitiv den Kriterien zu sexistischer Werbung entspricht.

Gefällt mir · Antworten · 👍 1 · 37 Min

425 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Lend: Wirbel um "Puff- Hüsn"

Streit in Graz

28.04.2016, 05:55

Einen skurrilen Aufreger gab es im Vorfeld des Lendwirbels (2. bis 7. Mai): Ein Biergeschäft auf dem Lendplatz bot ein Buch über das Rotlichtmilieu und zwei Bierdosen im Kombipaket an - und erntete heftige Kritik einiger Frauenrechte- Wächter.

Es ist eher keine Pornografie, was da auf dem Werbesujet der Bierboutique prangt: Eine Comic- Dame in Reizwäsche räkelt sich kopfüber an einer Tanzstange. In ihrer Hand das Buch "Fredsch". Das wird in Kombi mit zwei "Puff Hüsn" (Bierdosen) um knapp 20 Euro verkauft. Zu sexistisch, befanden Kritiker, angeführt von der ehemaligen grünen Landtagsabgeordneten Edith Zitz. Sie fielen auf Facebook über die Werbung her und machten gehörig Druck auf die Lendwirbel- Organisatoren.

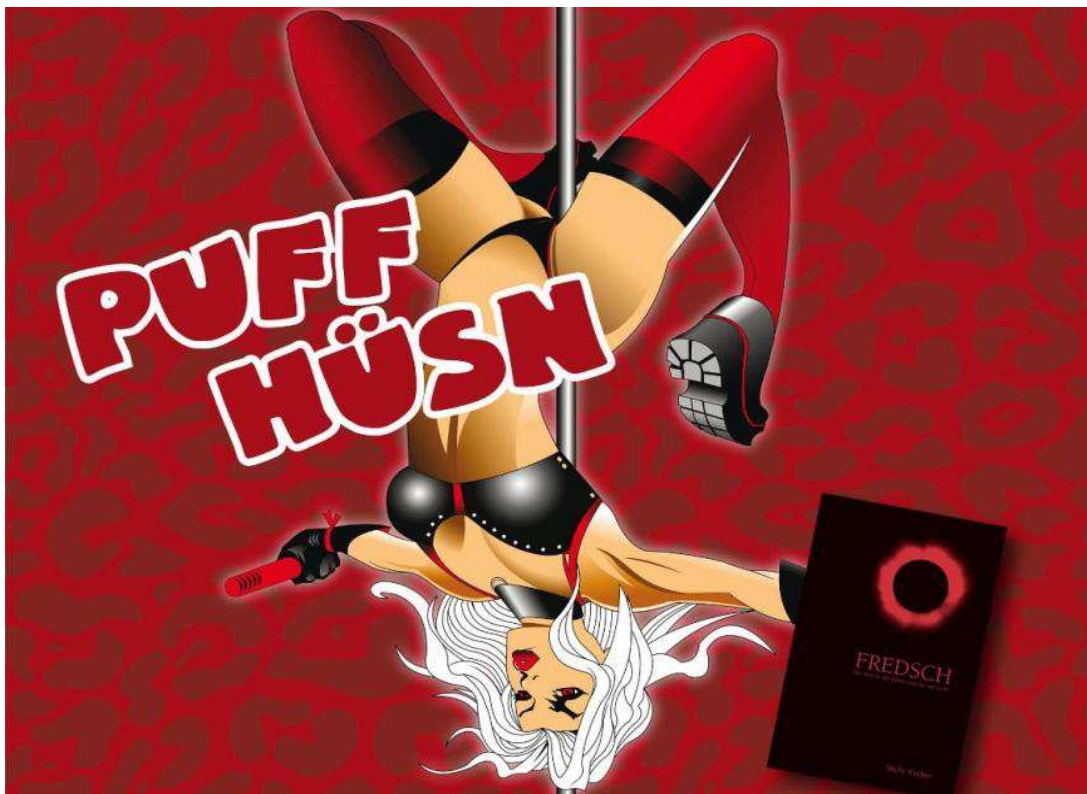
Autor erstaunt über Welle der Empörung

Der Grazer Autor Michl Nuehm, der "Fredsch" vor sechs Jahren schrieb, zeigte sich erstaunt über die Welle der Empörung. Sein Buch über den Fred, eine Kultfigur im Grazer "Milieu", sei ein Buch über Geschichten, die das Leben schreibt. "Die polarisieren natürlich, weil sie von sozialen Randbereichen handeln."

Um die Lendwirbel- Organisatoren aus dem Schussfeld zu nehmen, wurde die Aktion nun vom Straßenfest abgekoppelt. Das Angebot der Bierboutique steht aber weiterhin, mit dem Hinweis: "Wir sind der Meinung, dass wir in unserer weltoffenen Zeit die Vielfalt des Lebens auch mit dem nötigen Humor genießen sollten." Dem ist nichts hinzuzufügen.

28.04.2016, 05:55

Matthias Wagner, Kronen Zeitung





Fredsch hat 4 neue Fotos hinzugefügt.



4. Mai um 10:11 · 🌐

Auch, wenn die Feministinnen nach dem Vorfall in Köln durch Reaktionszeiten von jungen Weinbergschnecken aufgefallen sind, so scheint ihnen nun langsam klar zu werden, dass die wertvolle Arbeit vieler Jahrzehnte und alle damit verbundenen Erfolge vom Tisch gewischt werden, wenn man sich weiterhin einer differenzierten und sachlichen Diskussion zum Thema verweigert. Die gesamte Frauenbewegung läuft Gefahr, die Zurück-zum-Start-Karte zu ziehen und langsam wachen einige auf.

In Graz ticken die Uhren derweilen anders, die ehemalige Grüne Landtagsabgeordnete Frau Edith Zitz hat das Sujet für ein Bieretikett, welches in Zusammenhang mit dem Buch "Fredsch" von der Bierboutique im Rahmen des Lendwirbels 16 angeboten werden sollte, als unakzeptabel sexistisch eingestuft und innerhalb von 24h eine feministische Hilfskette ausgelöst, die ich nach Köln sehr gerne gesehen hätte. Da sind die Damen, denen die Frauenrechte so am Herzen liegen, aber offensichtlich entweder unter dem Radar geflogen oder haben gerade ihr Valium gelutscht.

Jedenfalls hat die Gruppe der Mitstreiter von Frau Edith Zitz u.a. bestehend aus der angeblich parteiunabhängigen und weisungsfreien Frauenbeauftragten Brigitte Hinteregger und der von ihr zu Hilfe gerufenen watch-group-für-Sexismus-in-der-Werbung-Vorsitzenden (schöner Titel) Frau Ina Mastnak, einen ordentlichen Wirbel ausgelöst. In nullkommanix haben sich viele „Experten“ gefunden, keiner von ihnen war daran interessiert, sich mit dem Thema im Detail zu befassen. „Die Hexe muss verbrannt werden!“ – war rasch allen klar.

Im Vergleich zu dem eingangs erwähnten Vorfall in Köln, scheint die Reaktion der Herrschaften unverhältnismässig - darf ich jetzt überhaupt „HERRschaften“ schreiben? Falls nicht entschuldige ich mich bei allen, denen ich damit zu nahe getreten bin in aller Form. Eine Web-Recherche zu den handelnden Personen hat Erstaunliches zu Tage gebracht:

Auszug aus dem Interview mit Ina Mastnak vom 18.02.2014, meinbezirk.at
„Was hat Sie an Ihrer Arbeit überrascht?

Dass Darstellungen von Frauen in der Werbung immer sexistischer werden. Abgesehen vom Fleischbeschau, ist auch die Symbolik eindeutig. Aber es gibt in Graz zum Glück eine sehr engagierte Watch-Group gegen sexistische Werbung und eindeutige Reaktionen als Gegenwehr seitens der feministischen Sprayerinnen.“

Bleibt zu hoffen, dass die Damen nicht am Ende völlig die Übersicht verlieren und ihre Sprayerinnen zu Hilfe rufen.

www.fredsch.at

Von: Watchgroup gegen sexistische Werbung <watchgroup@grazerfrauenrat.at>

Betreff: Beschwerde über Ihre Werbung

Datum: 03. Mai 2016 15:06:49 MESZ

An: info@bierboutique.at

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Betreiberinnen der Watchgroup gegen sexistische Werbung haben wir eine Beschwerde über Ihre Werbung erhalten.

Nach unseren Kriterien zu diskriminierender Werbung ist das von uns bewertete Sujet als sexistisch einzustufen; in der Anlage schicken wir Ihnen unsere Bewertung im Detail.

In Erwartung Ihrer Stellungnahme verbleiben wir mit freundlichen Grüßen

Ina Mastnak für die Watchgroup gegen sexistische Werbung

--

Watchgroup gegen sexistische Werbung

c/o UFBK | Grazer Frauenrat

W: <http://www.watchgroup-sexismus.at>

W: <http://www.grazerfrauenrat.at>

M: watchgroup@grazerfrauenrat.at

T: +43.664.24 88 507



WATCHGROUP
**gegen
sexistische
Werbung**



Graz, im April 2016

Das steirische Unternehmen Bierboutique¹ wirbt auf Facebook für ein Angebot, bei dem ein Buch „inkl. 2 Puff Hüsn“ gekauft werden kann. Das Sujet zeigt eine Comicfigur in Gestalt einer leichtbekleideten Frau, die sich kopfüber an einer Pole-Dance-Stange räkelt und das beworbene Buch in der Hand hält.

Sexistische Werbung ist die Darstellung von geschlechterbezogenen Vorurteilen und Verhaltensweisen, die eine Personengruppe (in diesem Fall Sexarbeiterinnen) gegenüber einer anderen sozial abwertet. Daher spielt es auch keine Rolle, ob Weiblichkeit durch reale Frauenmodels oder so wie im Fall der Bierboutique mittels einer Comicfigur repräsentiert wird. Die Frau wird in diesem Arrangement als Lustobjekt dargestellt, das „Weibliche“ steht als Symbol für Erotik und ist gleichzeitig Erfüllungsgehilfin männlicher Heterosexualität. Frauen werden durch diese Art der visuellen Koppelung mit der Ware (Bier & Buch) sexualisiert und den Betrachter_innen des Sujets wird suggeriert, dass nicht nur die beworbenen Produkte, sondern auch Frauen käuflich sind.

In dem steiermärkischen Prostitutionsgesetz² von 1997 ist das Verbot von „jeglicher Art der Werbung für Bordelle und bordellähnliche Einrichtungen auf Plakatflächen, in Radio und Fernsehen sowie im Rahmen der öffentlichen Veranstaltung von Lichtspielen“ (vgl. RIS) verankert. Uns als Watchgroup gegen sexistische Werbung ist selbstverständlich bewusst, dass es sich hierbei nicht um eine Werbung für ein Bordell handelt, dennoch ist das von der Bierboutique gewählte Sujet im Kontext von Sexarbeit beheimatet und bringt somit auch derartige Assoziationen mit sich.

Diese Werbung ist gemäß den Kriterien der Watchgroup als sexistisch einzustufen.

¹ <http://www.bierboutique.at/>

² <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrStmk&Gesetzesnummer=20000301>